

УДК 339.13

Велегура М.– ст. гр. БКмп-52

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ РАДІОСТАНЦІЙ НА РИНКУ ПОСЛУГ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Рожко Н.Я.

В Україні розвиток маркетингу в промисловості та й у сфері радіо - послуг (продуктів) відбувається в дуже складних кризових умовах, що характеризується відсутністю досвіду, методологічних розробок, кваліфікованих спеціалістів та інформаційного середовища.

Необхідність активного використання маркетингу в діяльності вітчизняних радіо - компаній набула особливої актуальності під впливом таких факторів, як загострення конкуренції, приєднання до конкурентної боротьби недержавних радіо установ, тенденція щодо розширення продуктового ряду, яка зростає з розвитком українського промислово - фінансового ринку та його входженням у світову систему господарювання, розвиток інформаційних технологій і комунікаційних засобів на базі сучасної техніки.

Особливо важливого значення в умовах економічної кризи радіостанції приділяють маркетинговим комунікаціям. Науково - обґрунтоване застосування маркетингових комунікацій вітчизняними радіостанціями в умовах поглиблення фінансово-економічної кризи, здатне стати одним із важливих чинників та привести до підвищення ефективності їхньої діяльності. Тому питання ефективності комплексу маркетингових комунікацій, яка є частиною агрегованої ефективності функціонування радіо - підприємств, набувають нині особливої активності.

Комплекс маркетингових комунікацій, що розробляється в рамках загальної маркетингової політики, спрямований на забезпечення ефективного впливу на цільову аудиторію ринку.

Слід зазначити, що комунікації виконують життєзабезпечувальну роль у радіо - підприємствах. Вони пронизані мережею інформаційних каналів, що призначені для збору, аналізу і систематизації інформації про зовнішнє середовище, а також для передачі оброблених повідомлень назад у зовнішнє середовище. Вони є процесом передачі інформації, і ця інформація може чинити різний вплив у залежності від конкретних характеристик даного процесу. Активне використання комплексу маркетингових комунікацій формує передумови для стійкого розвитку радіо - підприємств в умовах глобалізації фінансово - промислових ринків за допомогою налагодження сприятливих зв'язків з клієнтами та суспільством у цілому.

Однак незважаючи на досягнуті результати, питання маркетингових комунікацій та їх вплив на результати діяльності радіо – підприємств ще розкриті недостатньо. Це потребує проведення теоретичних досліджень у даному напрямі. Аналіз впровадження маркетингової діяльності вітчизняними радіо – підприємствами дає підставу стверджувати, що у більшості радіо – підприємств України не повною мірою використовується сучасний науковий підхід при організації маркетингової комунікаційної діяльності та майже не проводяться маркетингові дослідження з метою аналізу її ефективності.